

KEPUASAN PENDENGAR AKTIF RADIO SONORA FM  
(Studi Deskriptif Tentang Kepuasan Pendengar Aktif Terhadap Program  
Acara Voice de Campus di Radio SONORA FM Surabaya)

Disusun oleh:  
KALOKA KUSUMANING AYU  
0843010188

Telah dipertahankan di hadapan dan diterima oleh Tim Penguji Skripsi Jurusan  
Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur  
Pada Tanggal 20 Juni 2013

Menyetujui,

Pembimbing,

Tim Penguji,

1. Ketua

Drs. Herlina Suksmawati, Msi  
NIP. 19641225 199609 2001

Ir. Didiek Tranggono, Msi  
NIP. 19581225 199001 1001  
2. Sekretaris

Dra. Sumardijjati, Msi  
NIP. 19620323 199309 2001  
3. Anggota

Drs. Herlina Suksmawati, Msi  
NIP. 19641225 199609 2001

Mengetahui,  
WS Dekan

Dra. Sumardijjati, Msi  
NIP. 19620323 199309 2001

JUDUL : KEPUASAN PENDENGAR AKTIF RADIO SONORA  
FM SURABAYA (Studi Deskriptif Tentang Kepuasan  
Pendengar Aktif Terhadap Program Acara Voice de  
Campus di Radio Sonora FM Surabaya)

Nama Mahasiswa : Kaloka Kusumaning Ayu

NPM : 0843010188

Jurusan : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Telah disetujui untuk mengikuti Ujian Lisan

PEMBIMBING UTAMA

Drs. Herlina Suksmawati, M.si  
NIP. 19641225 199609 2001

Mengetahui,

WS Dekan

Dra. Sumardijati, Msi  
NIP. 19620323 199309 2001

JUDUL : KEPUASAN PENDENGAR AKTIF RADIO SONORA  
FM SURABAYA (Studi Deskriptif Tentang Kepuasan  
Pendengar Aktif Terhadap Program Acara Voice de  
Campus di Radio Sonora FM Surabaya)

Nama Mahasiswa : Kaloka Kusumaning Ayu

NPM : 0843010188

Jurusan : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Telah disetujui untuk mengikuti Ujian Lisan

PEMBIMBING UTAMA

Drs. Herlina Suksmawati, M.si  
NIP. 19641225 199609 2001

Mengetahui,

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

Juwito, S.Sos, Msi  
NPT. 367049500361

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayahNya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian dengan judul “KEPUASAN PENDENGAR AKTIF RADIO SONORA FM SURABAYA (Studi Deskriptif Tentang Kepuasan Pendengar Aktif Terhadap Program Acara Voice de Campus di Radio Sonora FM Surabaya)”. Tujuan penulis meneliti adalah untuk mengetahui kepuasan yang diharapkan (Gratification Sought) dan kepuasan yang didapatkan (Gratification Obtained) dari masing-masing motif yang melatarbelakangi kebutuhan pendengar dalam mendengarkan program Voice de Campus.

Pelaksanaan penelitian yang telah dilalui oleh penulis kurang lebih selama 6 bulan di PT Radio Salvatore Surabaya. Sekalipun penulis harus mengalami berbagai kesulitan, tetapi syukurlah bahwa penelitian ini dapat terselesaikan tepat pada waktunya.

Penulis menyadari bahwa di dalam penyusunan skripsi ini banyak terdapat kekurangan-kekuarangan dan kelancaran dalam penyusunan materi ini tidak lain berkat bantuan, dorongan dan bimbingan dari berbagai pihak. Untuk itu, penulis mengucapkan terima kasih banyak kepada :

1. Ibu Dra. Hj. Suparwati, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Bapak Juwito, S.Sos, M.Si, selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi.

3. Ibu Drs. Herlina Suksmawati, M.Si, selaku dosen pembimbing penulis dalam penelitian ini. Terima kasih banyak atas bimbingan dan tersedianya waktu untuk penulis.
4. Bapak Drs. Kusnarto, M.Si selaku dosen yang telah membantu memberikan motivasi, petunjuk kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas ini.
5. Mas Sardjono Budi selaku Kepala Bagian Program di Radio Sonora Surabaya. Terima kasih banyak atas kepercayaan dan bimbingannya.
6. Mas Andre sebagai produser acara Voice de Campus. terima kasih banyak atas bantuan dan bimbingannya selama ini.

Serta tak lupa penulis ucapkan rasa terima kasih secara khusus kepada:

1. Mama saya yang telah turut memberikan dukungan dan doa. Kakak saya (Mbak Sandra dan suami, Mbak ulik dan suami, Mas Bambang dan istri), terima kasih sudah sabar mendidik adiknya dan terima kasih sudah membantu secara materi.
2. Teman-teman dari Ilmu Komunikasi angkatan 2008, terima kasih atas sarannya, motivasi, dan bantuannya yang khususnya untuk sahabatku Nur Lita Akbar Rani, Ing Anneroid Warib, Nur Afika Rachmawati. Sayang kalian selalu.
3. Resandhy Hanung Cristyanto jurusan Teknik Industri selaku pacar saya, terima kasih banyak untuk motivasi, perhatian, dan bantuannya selama pengerjaan skripsi dan selama ini mendukung saya dan pekerjaan saya.

Tak lupa penulis ucapkan untuk keluarga Resandhy Hanung Cristyanto yang sangat banyak membantu saya baik memberi motivasi juga bantuan.

4. Bella dan Satria, yang selalu membaut hari-hari di Sonora semakin ramai dan seru.
5. Pihak-pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu oleh penulis.

Penulis menyadari bahwa masih banyak sekali kekuarangan dalam penyusunan skripsi ini. Maka penulis mengharapkan saran dan kritik yang membangun. Terima kasih.

Surabaya, Januari 2013

Penulis

## DAFTAR ISI

	Halaman
Halaman Judul .....	i
Halaman Pengesahan .....	ii
Kata Pengantar .....	iii
Daftar Isi .....	iv
Daftar Lampiran .....	v
Daftar Table .....	vi

### BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	11
1.3 Tujuan Penelitian .....	12
1.4 Kegunaan Penelitian .....	13

### BAB II KAJIAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori .....	14
2.1.1 Radio Sebagai Komunikasi Massa .....	14
2.1.2 Pengertian dan Pemahaman Motif .....	15
2.1.3 Content Acara Voice de Campus di Radio Sonora FM Surabaya .....	18
2.1.4 Pendengar Aktif .....	20
2.1.5 Pendengar Aktif Sebagai Khalayak Media .....	21
2.1.6 Teori Uses and Gratification .....	25
2.1.7 Kepuasan Khalayak .....	27
2.1.8 Gratification Sought (Gs) and Gratification Obtained (GO) .....	28
2.2 Kerangka Berpikir .....	30
2.3 Hipotesis .....	32

### BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel .....	34
3.1.1 Kepuasan Pendengar .....	35
3.1.2 Pengukuran Variabel .....	35
3.2 Populasi, Sampel, dan Teknik Penarikan Sampel .....	44
3.2.1 Populasi .....	44
3.2.2 Sampel .....	45
3.2.3 Teknik Penarikan Sampel .....	46
3.3 Teknik Pengumpulan Data .....	46
3.4 Metode Analisis Data .....	47

### BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian .....	50
4.1.1 Radio Sonora FM Surabaya .....	50
4.1.2 Visi dan Misi Radio Sonora Surabaya .....	50
4.1.3 Profil Pendengar (Audience) .....	51
4.1.4 Program Acara Voice de Campus di Radio Sonora FM .....	52
4.2 Penyajian Data dan Analisis Data .....	52
4.2.1 Identitas Responden .....	53
4.3 Kepuasan yang diinginkan (Gratification Sought) Ketika Mendengarkan Program Acara Voice de Campus di Radio Sonora FM Surabaya.....	58
4.3.1 Kepuasan yang Diinginkan (Gratification Sought) pada Motif Informasi Ketika Mendengarkan Program Acara Voice de Campus di Radio Sonora FM Surabaya .....	60
4.3.2 Kepuasan yang Diinginkan (Gratification Sought) pada Motif Identitas Pribadi Ketika Mendengarkan Program Acara Voice de Campus di Radio Sonora FM Surabaya .....	62
4.3.3 Kepuasan yang Diinginkan (Gratification Sought) pada Motif Integrasi dan Interaksi Sosial Ketika Mendengarkan Program Acara Voice de Campus di Radio Sonora FM Surabaya .....	63
4.3.4 Kepuasan yang Diinginkan (Gratification Sought) pada Motif Hiburan Ketika Mendengarkan Program Acara Voice de Campus di Radio Sonora FM Surabaya .....	65



4.4 Kepuasan yang Diperoleh (Gratification Obtained) Setelah Mendengarkan Program Acara Voice de Campus di Radio Sonora FM Surabaya .....	67
4.4.1 Kepuasan yang Diperoleh (Gratification Obtained) Pada Motif Informasi Setelah Mendengarkan Program Acara Voice de Campus di Radio Sonora FM Surabaya .....	68
4.4.2 Kepuasan yang Diperoleh (Gratification Obtained) Pada Motif Identitas Pribadi Setelah Mendengarkan Program Acara Voice de Campus di Radio Sonora FM Surabaya .....	69
4.4.3 Kepuasan yang Diperoleh (Gratification Obtained) Pada Motif Integrasi dan Interaksi Sosial Setelah Mendengarkan Program Acara Voice de Campus di Radio Sonora FM Surabaya.....	70
4.4.4 Kepuasan yang Diperoleh (Gratification Obtained) Pada Motif Hiburan Setelah Mendengarkan Program Acara Voice de Campus di Radio Sonora FM Surabaya .....	72
4.5 Analisis Data dan Pengujian Hipotesis .....	73
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....	79
5.1 Kesimpulan .....	79
5.2 Saran .....	80
DAFTAR PUSTAKA.....	
LAMPIRAN 1 KUESIONER .....	
LAMPIRAN 2 PENGGUNAAN MEDIA RADIO .....	
LAMPIRAN 3 TABEL Gratification Sought PADA MOTIF INFORMASI ....	
LAMPIRAN 4 TABEL Gratification Sought PADA MOTIF IDENTITAS PRIBADI .....	
LAMPIRAN 5 TABEL Gratification Sought PADA MOTIF INTEGRASI DAN INTERAKSI SOSIAL .....	
LAMPIRAN 6 TABEL Gratification Sought PADA MOTIF HIBURAN .....	
LAMPIRAN 7 TABEL Gratification Obtained PADA MOTIF INFORMASI..	

LAMPIRAN 8 TABEL Gratification Obtained PADA MOTIF IDENTITAS PRIBADI .....	
LAMPIRAN 9 TABEL Gratification Obtained PADA MOTIF INTEGRASI DAN INTERAKSI SOSIAL .....	
LAMPIRAN 10 TABEL Gratification Obtained PADA MOTIF HIBURAN...	
LAMPIRAN 11 HASIL MOTIF INFORMASI .....	
LAMPIRAN 12 HASIL MOTIF IDENTITAS PRIBADI .....	
LAMPIRAN 13 HASIL MOTIF INTEGRASI DAN INTERAKSI SOSIAL....	
LAMPIRAN 14 HASIL MOTIF HIBURAN .....	

## ABSTRAK

KALOKA KUSUMANING AYU, KEPUASAN PENDENGAR AKTIF RADIO SONORA FM (Studi Deskriptif Tentang Kepuasan Pendengar Aktif Terhadap Program Voice de Campus di Radio SONORA FM Surabaya)

Radio as one of the electronic media has some excess just than another the electronic media like television. Radio can our enjoyed with do another activities and can take away easily. But, radio can not give you some information detailed to audience. The point is, utilizing of media is just some way to fulfill audience necessary and the gratification will be happend.

Comfort in an activity is an absolute necessity are very sought after and optimized by each creator and innovator in the field of human comfortable. Various kinds of models and tools that support the protection of a security value on human beings, as well as clothing that protects humans from the natural environment around the body dibalutnya, and of course this requires the intervention of a desaigner as the creator and giver of more value in the field of aesthetic and persuasive power.

The analies methode on this research use research methode quantitative-descriptive character. That means, the systematic scientific research is connected with sociality phenomenon. And descriptive for describe the audience gratification with Voice de Campus program.

The conclusion of this research is the gratification hyphoteses on information motive, privacy identity motive, integration and tnteractive motive, and entertain motive with mean score  $GS < GO$  showed the gratification after enjoyed the program is happend.

Keywords : the gratification, motive, Voice de Campus, mean score

KALOKA KUSUMANING AYU, KEPUASAN PENDENGAR AKTIF RADIO SONORA FM (Studi Deskriptif Tentang Kepuasan Pendengar Aktif Terhadap Program Voice de Campus di Radio SONORA FM Surabaya)

Radio sebagai salah satu media elektronik mempunyai kelebihan dibanding media elektronik lainnya, seperti televisi. Radio bisa dinikmati sembari melakukan aktivitas lain dan mudah dibawa kemana-mana. Namun, sebagai kelemahannya radio tidak bisa memberikan informasi secara terperinci kepada pendengar. sebagai intinya, penggunaan media hanyalah salah satu cara untuk dapat memenuhi kebutuhannya dan apabila kebutuhan tersebut tercapai atau terpenuhi maka kepuasan merupakan efek selanjutnya.

Kepuasan yang dimaksud dalam hal ini adalah motif atau alasan yang diperoleh pendengar setelah mendengarkan program acara radio tertentu untuk memenuhi kebutuhannya akan informasi atau berita yang dianggap sesuai untuk memenuhi kebutuhannya. Program Voice de Campus adalah program yang dinilai telah mampu memberikan kepuasan kepada pendengar dengan tingkat sedang di tiap motifnya (motif informasi, identitas pribadi, integrasi dan interaksi sosial,

hiburan). Alasan memilih Voice de Campus adalah karena satu-satunya program yang berani menempatkan penyiar dan tim kreatif amatir di garis depan. Ini bertujuan untuk memberi wadah bagi para mahasiswa untuk berkreasi, menuangkan ide kreatifnya di program ini.

Metode analisis data dalam penelitian ini menggunakan metode penelitian bersifat kuantitatif-deskriptif yaitu penelitian ilmiah yang sistematis terhadap bagian dan fenomena serta hubungan-hubungannya sedangkan deskriptif untuk menggambarkan kepuasan pendengar terhadap program Voice de Campus

Kesimpulan pada penelitian ini adalah hipotesis terdapat kepuasan di masing-masing motif dengan mean skor GS < mean skor GO menunjukkan adanya kepuasan setelah mendengarkan program tersebut.

Kata kunci :kepuasan, motif, Voice de Campus, mean skor

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.1. Latar Belakang

Proses komunikasi dapat dilakukan dengan cara mengemas informasi yang berupa pesan-pesan sehingga menarik dan bermafaat baik dari segi material maupun dari segi spiritual. Pada proses komunikasi ini salah satunya melalui media massa. Media massa dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat dengan cara menyisipkan pesan-pesan pembangunan lewat media massa, hal ini sesuai dengan pembangunan tujuan nasional. Media massa merupakan salah satu agen perubahan sosial masyarakat karena di dalam media sarat dengan informasi, pesan, dan berita yang bervariasi sehingga masyarakat akan lebih paham perkembangan informasi nasional maupun internasional. Dengan demikian masyarakat Indonesia dapat termotivasi untuk melakukan perubahan yang lebih baik dengan adanya media massa.

Begitu cepatnya perkembangan teknologi komunikasi menyebabkan masyarakat memiliki kemudahan mengakses informasi yang diinginkan tanpa batasan ruang dan waktu. Orang Indonesia dapat dengan mudah mengetahui kegiatan atau peristiwa di negara lain. Salah satu wujud dari perkembangan teknologi komunikasi adalah keberadaan media massa. Media massa telah menjadi sumber informasi bukan saja bagi individu untuk memperoleh gambaran dan citra realitas sosial tetapi juga bagi masyarakat dan kelompok secara kolektif.

Radio sebagai salah satu media elektronik mempunyai kelebihan dibandingkan media elektronik lainnya, seperti televisi. Kelebihan radio dibandingkan dengan televisi adalah cepat dan mudah dibawa kemana-mana. Radio bisa dinikmati sambil mengerjakan pekerjaan lain, seperti memasak, menyapu, atau hal lain yang tidak mungkin terjadi pada televisi. Radio memiliki kemampuan audio yang khas yaitu dengan mengandalkan perpaduan antara suara dan bunyi.

Pertumbuhan media massa diwarnai dengan situasi kompetisi yang ketat dan hal tersebut dialami oleh radio sebagai salah satu bentuk media massa selain televisi, surat kabar, majalah, dan film. Radio harus mulai menajamkan format siaran dan menetapkan aspirasi pendengarnya pada segmen yang telah dipilihnya.

Definisi dari komunikasi massa adalah komunikasi melalui media massa modern yang meliputi surat kabar yang mempunyai sirkulasi yang luas, siaran radio dan televisi yang ditujukan kepada umum, dan film yang dipertunjukkan di gedung-gedung bioskop. (Effendy, 1993:79)

Pengenalan aspek demografis, psikografis, dan sosial ekonomi pendengar menjadi penting karena ini adalah arena nyata yang harus diwadahi dan dilayani. Karena tidaklah mungkin radio berjalan sendiri seakan lepas dari lingkungannya. Pengenalan arena itulah yang mengarahkan radio untuk mengambil sikap (programming) pada kelompok mana radionya membidik pendengar, radio dituntut menentukan siapa khalayak sasarannya, bagaimana strukturnya, apa yang menjadi kebutuhan mereka, dan bagaimana respon khalayak terhadap materi yang

disuguhkan. Hal ini penting karena bagaimanapun juga siaran radio merupakan aktivitas komunikasi yang tidak lepas dari prinsip dasar berkomunikasi. Dengan segmentasi khalayak akan lebih mudah dalam memahami dan melayani khalayaknya. Dan segmentasi ini tercermin dari suguhan jenis acara dalam keseharian sebuah radio.

Fungsi radio antara lain sebagai media hiburan, media promosi, media kebudayaan, dan pendidikan. Karena diterima melalui pendengaran atau auditif, membuat semua orang bisa menikmati siaran radio sambil melakukan aktivitas lainnya. Disinilah salah satu letak keunggulan radio siaran. Si pemilik pesawat radio dapat mendengarkan radio sambil tidur-tiduran atau sambil bekerja. (Effendy, 1993:144)

Radio juga memiliki kelemahan yaitu tidak dapat memberikan informasi secara terperinci, sebab para pendengarnya segera lupa dan informasi itu tidak dapat disimpan untuk digunakan kemudian hari. Pendengar tidak dapat mengulang seperti kalau sedang membaca, kalau ia tidak mengerti dan tidak ingat informasi yang disiarkan, maka informasi itu akan hilang. Selain itu radio merupakan komunikasi satu arah, karena penyiar tidak pernah tahu bagaimana reaksi pendengarnya (Sastra atmadja, 1993:158). Karena sifat radio yang berarti bahwa komunikasi satu arah yaitu komunikasi yang berasal dari komunikator tidak mengetahui bagaimana tanggapan komunikan. Kelemahan inilah yang menjadikan radio sebagai media pendengar.

Bentuk keaktifan audiens dalam selektivitas yang nyata terlihat pada pemilihan media massa itu sendiri. Schraman dan Roberts menyatakan bahwa suatu audiens sangat aktif mencari apa yang mereka inginkan, menolak isi media dan pesa yang tidak sesuai serta menguji pesan media massa atau membandingkan dengan isi media lainnya (Tubbs dan Moss, 1996:209). Sebagai intinya penggunaan media hanyalah salah satu cara untuk dapat memenuhi kebutuhannya dan apabila kebutuhan tersebut tercapai atau terpenuhi maka kepuasan merupakan efek selanjutnya (Rakhmat, 1999:65).

Kepuasan yang dimaksud dalam hal ini adalah motif atau alasan yang diperoleh pendengar setelah mendengarkan program acara radio tertentu untuk memenuhi kebutuhannya akan informasi atau berita yang dianggap sesuai untuk memenuhi kebutuhannya. Faktor kepuasan ini penting diperhatikan karena setiap orang akan melakukan kegiatan yang berulang-ulang pada hal yang sama, selama hal tersebut dapat memenuhi kebutuhan bagi dirinya.

Setiap individu memiliki kebutuhan berbeda-beda dan didasari motif-motif tertentu. Sesuai pada penelitian ini yang menggunakan Uses and Gratification, dimana intinya khalayak pada dasarnya menggunakan media massa berdasarkan motif-motif tertentu (Subiakto, 2000:3). Ada empat motif menggunakan media massa yang dikemukakan Mc Quail, yaitu motif informasi, identitas pribadi, interaksi sosial, dan hiburan. Berdasarkan keempat motif tersebut maka khalayak diharapkan mendapat suatu kepuasan dari penggunaan media massa. Terbagi menjadi 2 yaitu Gratification Sought (GS) dan Gratification Obtained (GO). Gratification Sought adalah kepuasan yang diinginkan oleh individu ketika



menggunakan suatu jenis media tertentu, sedangkan Gratification Obtained adalah kepuasan yang nyata diperoleh seseorang setelah mengonsumsi suatu media tertentu (Palmgreen dalam Subiakto, 2003:3)

Semua yang telah dipaparkan tentunya akan kembali pada permasalahan pokok, yaitu tentang khalayak pendengar radio karena mengenal khalayak pendengarnya bagi radio merupakan langkah pertama untuk mengetahui pendengarnya. Pendengar radio yang aktif adalah pendengar yang tidak hanya pasif menerima pesan yang disampaikan oleh komunikator atau penyiar tetapi radio saat ini juga dipakai untuk berkomunikasi yaitu saling bercakap-cakap dengan bahasa yang sama-sama dimengerti oleh peserta komunikasi (Effendi, 1990:1)

Pada saat ini stasiun radio di kota-kota besar sedang melakukan persaingan besar dalam merebut audiensnya. Program radio harus dikemas sedemikian rupa agar menarik perhatian dan dapat diikuti sebanyak mungkin orang. Setiap produksi program harus mengacu pada kebutuhan audiens yang menjadi target stasiun radio (Morissan. 2005. p.108). oleh karena itu, stasiun radio perlu melakukan riset terhadap khalayak. Hal ini dilakukan untuk mengetahui selera khalayak dan segmentasi. Peranan riset dalam industri komunikasi khususnya radio sangat baik untuk mengetahui hubungan media dengan khalayaknya atau untuk mengetahui pengaruh atas isi siarannya. Pada tataran teoritis riset sangat berguna untuk pengembangan kajian keilmuan khususnya media, mengingat saat ini media ada di sekeliling manusia. Media bisa dikatakan kepanjangan pikiran

manusia. Apa yang ada dalam isi media seringkali bisa menggambarkan realitas, yang akhirnya gambaran realitas tersebut ada dalam benak pikiran manusia.

SONORA FM merupakan salah satu bidang usaha penyiaran auditif dan bagian dari Radio Sonora Network yang dimiliki oleh Kelompok Kompas Gramedia. Selain di Surabaya, SONORA FM juga memiliki jaringan di Jakarta, Bandung, Jogja, Solo, Semarang, Palembang, Bangka, Pontianak. Program yang diputar di SONORA FM cukup beragam. Rentang usia pendengar SONORA FM mulai 25-35 tahun namun dengan adanya perubahan dan tambahan program acara yang dikemas lebih menarik, lebih santai, dan melibatkan penyiar-penyiar yang fresh dan kreatif menyebabkan peningkatan jumlah pendengar dan rentang usia semakin lebar, yaitu usia 16-50 tahun.

Peneliti memilih SONORA FM untuk diteliti karena merupakan salah satu dari tiga radio swasta terbesar di Indonesia. Hal ini merupakan salah satu faktor mengapa pendengar tertarik dengan program SONORA FM. Selain itu, SONORA FM juga mempunyai program-program yang disesuaikan dengan range usia pendengar. Ada berita lalu lintas, sekilas berita yang dibacakan setiap 60 menit, ada pula berita yang disiarkan melalui siaran network. Untuk anak-anak muda, usia produktif, SONORA FM menyajikan program yang lebih ringan dan menarik bahkan ada beberapa program yang dapat menjadi wadah bagi anak-anak muda berkreasi juga kritis mengutarakan pendapat. Karena ingin menjangkau jumlah pendengar yang lebih besar dan lebih luas maka SONORA FM mempunyai Live Streaming untuk memudahkan pendengar mengakses informasi bahkan mendengarkan program-program SONORA FM.

Salah satu program SONORA FM, adalah Voice de Campus. Voice de Campus merupakan program baru yang berdiri dari bulan Oktober 2011. Voice de Campus dulu adalah sebuah program yang acaranya dipandu oleh penyiar-penyiar baru berstatus mahasiswa yang disaring melalui audisi. Content acaranya menyorot prestasi yang diraih oleh Universitas baik negeri maupun swasta. Yang menjadikan acara ini spesial dan sempat menjadi program unggulan adalah adanya on air langsung dari Universitas bersangkutan. Cara ini dimaksudkan agar bisa berkomunikasi lebih dekat dengan pendengar dan ternyata berhasil. Namun, ternyata kesempatan ini disalahgunakan oleh pihak Universitas. Penyajian penggambaran prestasi menjadi marketing atau sarana promosi gratis untuk menarik minat pendengar mendaftar ke Universitas bersangkutan. Karena ada penyelewengan ini maka pihak Marketing SONORA FM menuntut produser acara untuk mengganti content acaranya. ( Hasil wawancara dengan Produser Voice de Campus bulan Agustus)

Mulai dari Februari 2012, Voice de Campus mengudara dengan format dan content yang sedikit berbeda. Masih tetap dengan penyiar berstatus mahasiswa yang disaring melalui audisi namun kali ini bukan hanya penyiar melainkan tim kreatif program ini juga melibatkan mahasiswa yang berhasil lolos audisi. Dengan adanya tim kreatif ini, mahasiswa digiring untuk menciptakan ide kreatif agar dapat menarik perhatian pendengar untuk bergabung melalui sms. Hal ini bertujuan untuk menyediakan wadah bagi mahasiswa menyalurkan ide kreatif melalui media dan bila diminati maka akan timbul kepuasan dari penyiar dan tim kreatif maupun pendengar.

Selain itu, ada perubahan waktu on air. Pada tahun 2011 setiap Minggu pukul 10.00-11.00. Namun, di tahun 2012 ini, program Voice de Campus hanya mengudara setiap dua minggu sekali mulai pukul 10.00-11.00 dan di setiap on air selalu ada topik yang dibahas juga talk show yang menjadikan acara ini lebih menarik untuk diikuti. Topik yang dibahas pun bukan permasalahan yang rumit atau berat melainkan lebih kepada keseharian mahasiswa, kegiatan mahasiswa atau issue-issue juga trend dikalangan mahasiswa dan SMA. Program ini ditujukan untuk umur 17-25 tahun maka dari itu topik yang dibahas pun ringan namun tetap menarik.

Agar acara ini lebih menarik dan menghibur, tim kreatif menambahkan Accoustic Live Performance yang setiap on air selalu dengan band akustik yang berbeda. Band akustik tersebut membawakan 6 lagu yang sudah ditentukan sebelumnya. Jadi, tidak ada request lagu dari pendengar yang ada hanya sms memberi pendapat dari topik yang dibahas. Perubahan lainnya, Voice de Campus ini tidak lagi mengudara di luar radio.

Peneliti tertarik meneliti program Voice de Campus karena memiliki format berbeda dengan program radio swasta lainnya. Keunggulan dari program ini adalah adanya talk show yang jarang sekali dimiliki oleh program kawula muda. Topik yang ringan seputar issue kehidupan mahasiswa, SMA dan apa yang menjadi trend saat ini, dibicarakan dalam talk show dan tentunya dengan menghadirkan narasumber untuk memberi informasi yang faktual. Sehingga, topik yang dibahas bukan hanya menarik tapi juga dapat memberi manfaat bagi pendengar. Selain adanya talk show, keunggulan lain yang dimiliki program ini

adalah tim produksi dan penyiar program Voice de Campus merupakan mahasiswa yang sudah terpilih melalui audisi yang diadakan oleh radio SONORA dan setiap on air, program ini menghadirkan penyiar dan live performance yang berbeda.

Sedangkan, program di radio swasta lain yang terkenal dengan radio bersegmentasi anak muda lebih memberikan hiburan, seperti EBS FM yang terkenal dengan programnya Request Indonesia Pagi dan Siang, Break At Lunch, EBS Top 40, Obat Tidur, dan Bisik-Bisik Tetangga yang semuanya memiliki adapformat request lagu atau, meminta lagu untuk dimainkan. Adapun program dari EBS FM yang sejenis dengan program Voice de Campus, yaitu Bisik-Bisik Tetangga. Program ini mempunyai segmentasi umur 13-17 tahun. Program Bisik-Bisik Tetangga adalah sarana untuk anak-anak SMP-SMA sharing issue yang sedang in di lingkungan sekolah mereka atau lingkungan anak sekolah. Namun penyajian acara tidak menggunakan talk show melainkan penyiar membuka topik dan pendengar bisa berinteraksi langsung via telepon maupun sms. Dari contoh ini dapat dilihat bahwa program Voice de Campus di Radio Sonora FM memiliki format yang berbeda dengan program di radio swasta lain.

Akibat adanya perubahan format juga content acara, dan sempat terhentinya program acara Voice de Campus di Desember 2011 mengakibatkan program Voice de Campus saat ini kurang diminati. Hal tersebut dapat terlihat dari jumlah sms. Pada Oktober-Desember 2011 dengan jumlah 461 sms atau 62,72% sedangkan Februari-Juli 2012 hanya 274 sms atau 37,28%.

Namun, bila dilihat dari antusiasme pendengar mendengarkan program ini juga terbilang cukup besar di banding program lain yang ada di Radio Sonora FM, seperti HSDJ atau ASIASEK. Hal ini dapat dilihat melalui perolehan sms Voice de Campus, yaitu berjumlah 274 sms dari Februari-Juli sebanyak 10kali on air yang merupakan program baru di Radio Sonora FM tahun 2012 sedangkan HSDJ mendapat 134 sms dari Oktober-November sebanyak 4kali on air yang memang sudah menjadi program unggulan di Radio Sonora FM sebelum Voice de Campus pertama kali mengudara. Dalam 2 bulan HSDJ dapat mengumpulkan 134 sms atau 32,84% yang bila dihitung setiap mengudara berhasil mendapat kurang lebih 33 sms, sedangkan Voice de Campus mendapat 274 sms dalam 6 bulan sehingga bila dihitung setiap mengudara berhasil mengumpulkan kurang lebih 23 sms. Selisih yang didapat tidak banyak maka program Voice de Campus juga salah satu program yang diminati pendengarnya yang mampu bersaing dengan program-program lainnya.

Peneliti memilih Februari-Juli karena pada Februari program Voice de Campus kembali on air setelah sempat berhenti pada Desember dan merupakan awal Voice de Campus mengudara dengan format dan content yang berbeda. Sedangkan, pada Juli karena mulai dari Agustus program ini mengubah format acaranya lagi dengan menghapus talk show dari program ini. Sehingga tidak dapat dijadikan data yang akurat karena adanya perbedaan format acara.

Pendengar aktif dalam penelitian ini adalah pendengar yang memiliki keterlibatan aktif untuk mengikuti dan berpikir tentang isi acara dan diartikan dalam keterlibatan langsung mereka dengan acara on air radio tersebut. Sedangkan keterlibatan yang bersifat partisipatif tersebut dioperasionalkan dalam keikutsertaan mereka dalam acara on air, serta keikutsertaan yang dimaksud adalah hubungan telepon pendengar dengan radio (Achmad dalm Paranita, 2002:23). Sedangkan pendengar aktif menurut radio SONORA FM adalah para pendengar yang ikut serta secara aktif dalam program Voice de Campus melalui SMS (Sumber hasil wawancara dengan produser acara, Agustus 2012). Aktif yang dimaksud adalah pendengar yang ikut serta memberi opini melalui sms lebih dari 2 kali pada tiap topik yang berbeda.

Berdasarkan uraian di atas, maka peneliti tertarik untuk mengetahui kepuasan pendengar terhadap program Voice de Campus di SONORA FM Surabaya.

## 1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah terdapat kepuasan yang diperoleh pendengar aktif dari motif informasi terhadap program Voice de Campus di Radio SONORA FM berdasarkan perbandingan antara kepuasan yang diharapkan (GS) dengan kepuasan yang diperoleh (GO)

2. Apakah terdapat kepuasan yang diperoleh pendengar aktif dari motif identitas pribadi terhadap program Voice de Campus di Radio SONORA FM berdasarkan perbandingan antara kepuasan yang diharapkan (GS) dengan kepuasan yang diperoleh (GO)
3. Apakah terdapat kepuasan yang diperoleh pendengar aktif dari motif integrasi dan interaksi sosial terhadap program Voice de Campus di Radio SONORA FM berdasarkan perbandingan antara kepuasan yang diharapkan (GS) dengan kepuasan yang diperoleh (GO)
4. Apakah terdapat kepuasan yang diperoleh pendengar aktif dari motif hiburan terhadap program Voice de Campus di Radio SONORA FM berdasarkan perbandingan antara kepuasan yang diharapkan (GS) dengan kepuasan yang diperoleh (GO).

### 1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah di atas, maka tujuan penelitiannya adalah:

1. Untuk mengetahui kepuasan yang diharapkan (Gratification Sought) dengan kepuasan yang diperoleh (Gratification Obtained) dari motif informasi terhadap program Voice de Campus di Radio SONORA FM.
2. Untuk mengetahui kepuasan yang diharapkan (Gratification Sought) dengan kepuasan yang diperoleh (Gratification Obtained) dari motif identitas pribadi terhadap program Voice de Campus di Radio SONORA FM.



3. Untuk mengetahui kepuasan yang diharapkan (Gratification Sought) dengan kepuasan yang diperoleh (Gratification Obtained) dari motif integrasi dan interaksi sosial terhadap program Voice de Campus di Radio SONORA FM.
4. Untuk mengetahui kepuasan yang diharapkan (Gratification Sought) dengan kepuasan yang diperoleh (Gratification Obtained) dari motif hiburan terhadap program Voice de Campus di Radio SONORA FM.

#### 1.4. Kegunaan Penelitian

1. Secara Teoritis, untuk menambah perbendaharaan penelitian Uses and Gratification yang menggunakan konsep kepuasan khalayak dalam pendekatan Gratification Sought dan Gratification Obtained khususnya mengenai program acara Voice de Campus di Radio SONORA FM
2. Secara Praktis, diharapkan penelitian ini dapat memberi masukan pada program director tentang kepuasan yang diharapkan dan kepuasan yang diperoleh pada motif informasi, identitas pribadi, integrasi, dan interaksi ataupun hiburan dari pendengar SONORA FM agar lebih sesuai dengan harapan dan keinginan khalayak.